

BAB II

GAMBARAN UMUM

PT KOMPAS CYBER MEDIA

2.1 Profil Perusahaan

Profil perusahaan ini dipaparkan untuk memberikan petunjuk secara umum kepada pembaca, mengenai perusahaan tempat penulis melakukan praktik kerja magang.

2.1.1 Profil *Kompas.com*

Berdasarkan informasi dari laman resmi *Kompas.com* (n.d), perpindahan medium *Kompas* ke ranah daring dimulai dengan kehadirannya pada domain *kompas.co.id*, yang kemudian dikenal sebagai *Kompas Online (KOL)*. Tujuan pendirian laman situs web ini adalah untuk menjangkau pembaca harian *Kompas* di tempat-tempat yang sulit dijangkau oleh jaringan distribusi *Kompas*. Oleh karena itu, isi dari *KOL* merupakan replika dari harian *Kompas*.

KOL terus bereformasi untuk memberikan layanan yang lebih maksimal. Pada tahun 1996, alamat situs web *KOL* berubah menjadi *www.kompas.com*. Mengenakan alamat baru, popularitas *KOL* semakin meningkat bagi para pembaca *Kompas* di luar Indonesia. *KOL* kemudian melihat peluang yang semakin besar di dunia digital. Sehingga, pada 6 Agustus 1998 *KOL* dikembangkan menjadi unit bisnis sendiri di bawah naungan PT Kompas Cyber Media (KCM). Dengan begitu, penyajian informasi berkembang dari replika berita harian *Kompas*, menjadi informasi-informasi terkini. Dunia digital kian berkembang pesat, hingga akhirnya pada 2008 portal berita ini me-*rebranding* diri menjadi *Kompas.com*. Kanal-kanal berita kemudian ditambahkan dan produktivitas penyajian berita ditingkatkan.

Dengan slogan “Jernih Melihat Dunia,” reportase disajikan secara utuh dalam berbagai perspektif. Reportase utuh juga disajikan dalam

berbagai bentuk, seperti *hardnews*, *softnews*, *wrap up*, hingga *long-form*. Selain itu, pemberitaan juga disajikan dalam bentuk *multimedia story telling* yang dikenal sebagai Visual Interaktif Kompas (VIK). Hingga kini *Kompas.com* masih memegang teguh prinsip “*Get it first, but first get it right*”.

Dalam arus informasi yang sangat cepat, *Kompas.com* tidak ingin menelan mentah-mentah segala sesuatu yang dibicarakan di media sosial. Informasi tersebut akan difiltrasi untuk mengetahui apakah informasi tersebut fakta atau hoaks dengan menyandingkannya dengan data, informasi lapangan, dan narasumber.

Kerja jurnalistik *Kompas.com* juga menempatkan diri sebagai penguji fakta untuk menghindari informasi yang simpang-siur. Dalam upaya memperluas mitra untuk verifikasi dan validasi informasi, *Kompas.com* bekerjasama dengan *TurnBackHoax.id*. Kini *Kompas.com* menjadi salah satu lembaga yang tersertifikasi dari jaringan internasional penguji fakta.

2.1.2 Data Umum Kompas.com

Nama perusahaan	: PT Kompas Cyber Media
Nama media	: <i>Kompas.com</i>
Alamat.	: Gedung Kompas Gramedia, Unit II Lt. 5. Jl. Palmerah Selatan No. 22- 28. Jakarta, 10270, Indonesia.
No. Telp/ fax	: 62-21 53699200/ 5350377; 62 215360678
Website	: Kompas.com
Slogan	: Jernis Melihat Dunia
Media Sosial	: 1. <i>Facebook</i> : @KOMPAScom 2. <i>Twitter</i> : @kompascom 3. <i>Instagram</i> : @kompascom 4. <i>Line</i> : Kompas.com 5. <i>YouTube</i> : mykompascom

: Kompas Images
 : Kompascom Reporter on
 Location
 : Kompas Bola
 : Kompas Otomotif
 : Kompas Tekno
 : JEO KOMPAScom

6. *Linked In* : Kompas.com

Gambar 2.1 Situs web *Kompas.com*



Sumber: Tangkapan Layar (*Kompas.com*)

Gambar 2.2 Facebook *Kompas.com*



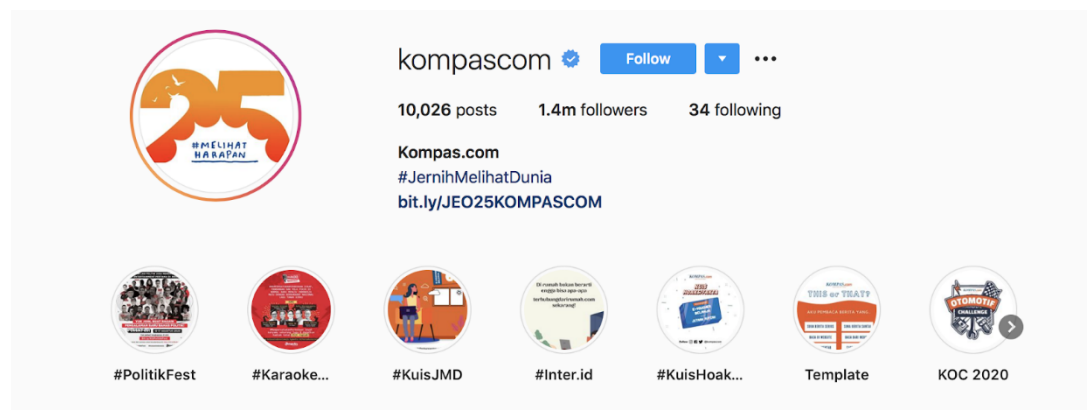
Sumber: Tangkapan Layar (*Facebook/@KOMPAScom*)

Gambar 2.3 *Twitter Kompas.com*



Sumber: Tangkapan Layar ([Twitter.com/@kompascom](https://twitter.com/kompascom))

Gambar 2.4 *Instagram Kompas.com*



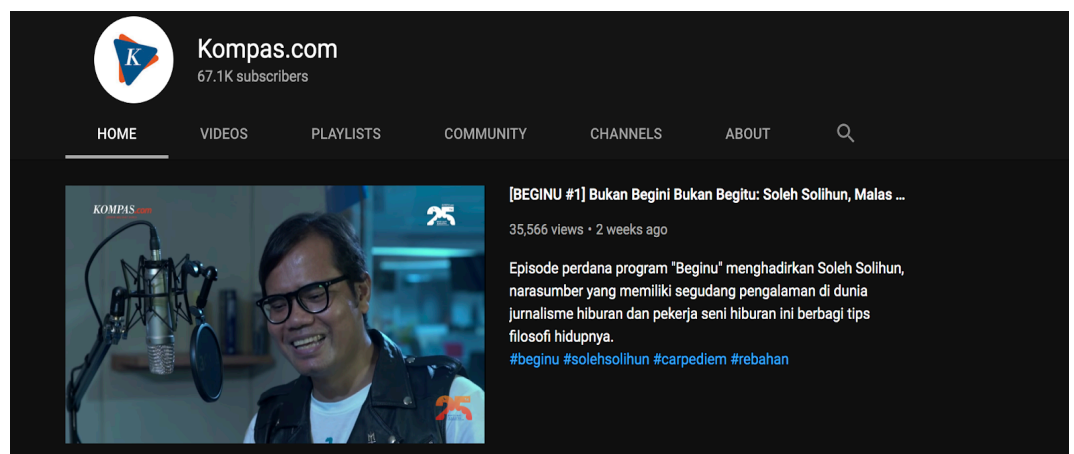
Sumber: Tangkapan Layar ([Instagram/@kompascom](https://www.instagram.com/kompascom))

Gambar 2.5 *Line Kompas.com*



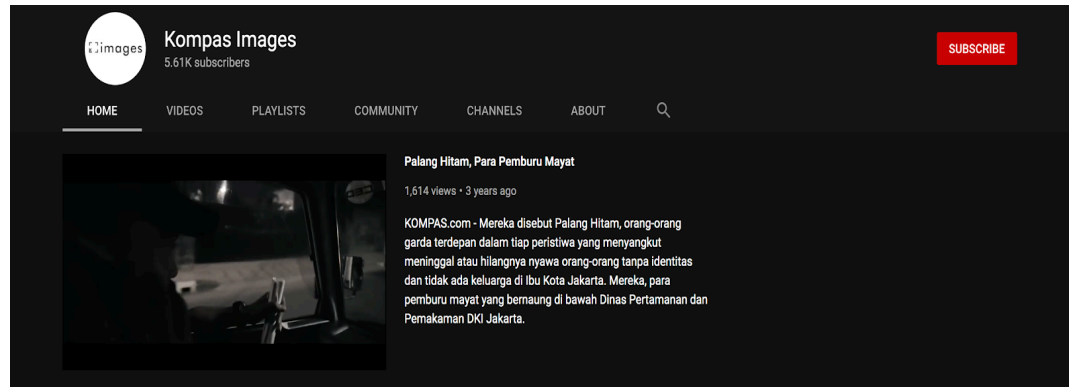
Sumber: Tangkapan Layar (*Line: Kompas.com*)

Gambar 2.6 *YouTube mykompas.com*



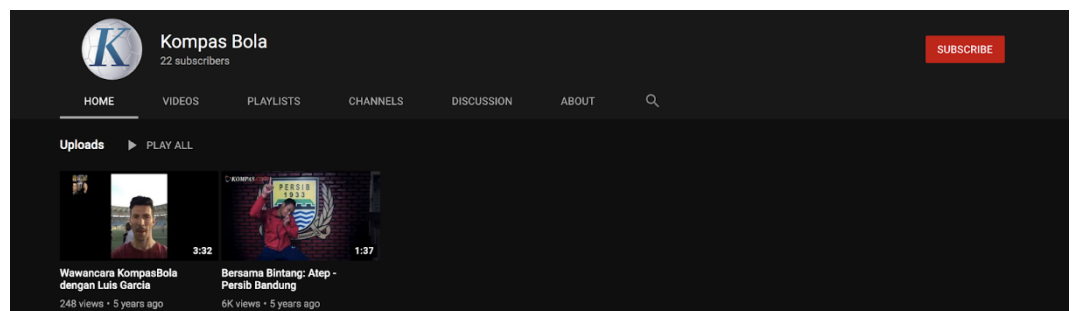
Sumber: Tangkapan Layar (*YouTube/kompas.com*)

Gambar 2.7 *YouTube Kompas Image*



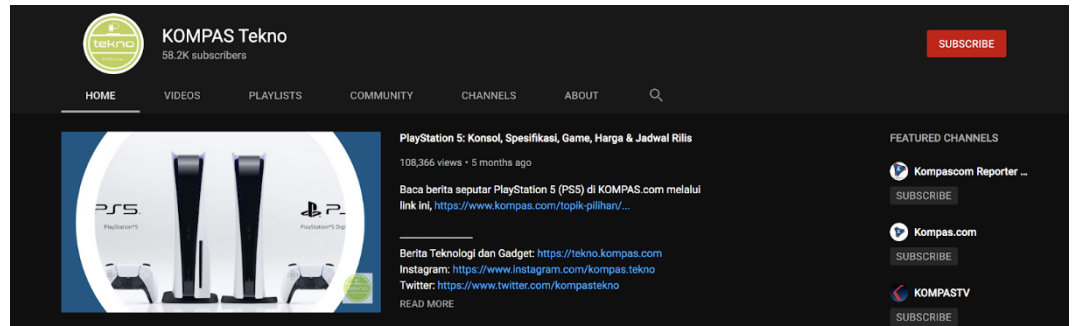
Sumber: Tangkapan Layar (*YouTube/Kompas Images*)

Gambar 2.8 *YouTube Kompas Bola*



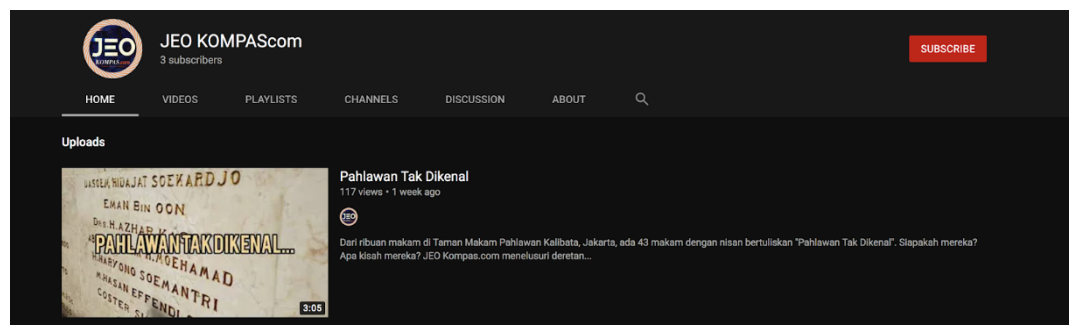
Sumber: Tangkapan Layar (*YouTube/Kompas Bola*)

Gambar 2.9 *YouTube Kompas Tekno*



Sumber: Tangkapan Layar (*YouTube/Kompas Tekno*)

Gambar 2.10 *YouTube JEO Kompas.com*



Sumbe: Tangkapan Layar (*YouTube/JEO Kompascom*)

Gambar 2.11 *Linked in Kompas.com*



Sumber: Tangkapan Layar (*Linked in/ Kompas.com*)

2.1.3 Visi dan Misi *Kompas.com*

Menurut KBBI, visi merupakan kemampuan untuk melihat inti persoalan, pandangan untuk kedepannya. Sedangkan, misi adalah kewajiban dalam pelaksanaan tugas untuk kepentingan agama, ideologi, patriotisme, dan sebagainya (KBBI, n.d). Adapun visi misi *Kompas.com* adalah sebagai berikut:

menjadi kelompok usaha media terbaik di Asia Tenggara dengan struktur keuangan yang solid melalui usaha berbasis pengetahuan yang senantiasa bertransformasi untuk menciptakan masyarakat terdidik, tercerahkan, menghargai, kebhinekaan, adil, dan sejahtera.

2.1.4 Slogan dan Makna Logo *Kompas.com*

Kompas.com memiliki slogan “Jernih Melihat Dunia”. Berdasarkan laman utama dari Inside.Kompas.com, dengan penerapan slogan ini *Kompas.com* hendak mempromosikan diri sebagai media yang objektif, utuh, independen, dan tidak bias terhadap berbagai kepentingan. Sehingga, *Kompas.com* tidak hanya mengejar informasi terkini, tetapi

juga tetap menjaga keutuhan informasi dalam berbagai perspektif, agar duduk perkara permasalahan semakin jelas.

Gambar 2.12 Logo *Kompas.com*



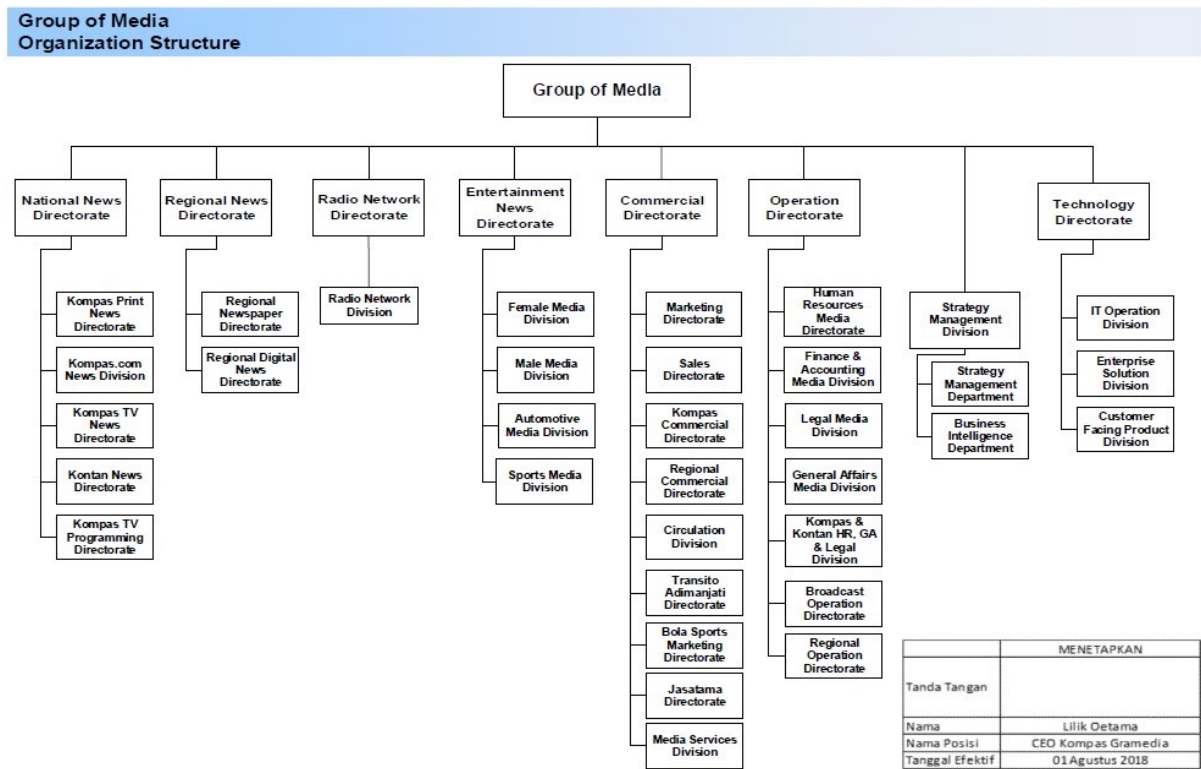
Sumber: Departemen Sumber Daya Manusia *Kompas.com* (Adelia, komunikasi pribadi, November 17, 2020)

Dilansir dari Departemen Sumber Daya Manusia *Kompas.com*, logo *Kompas.com* memiliki makna sebagai berikut:

1. pada logo *mark*, terdapat bentuk ruang segitiga yang tumpang tindih. Hal ini menunjukkan representasi panah petunjuk arah, yang diilhami dari arah mata angin dan sesuai dengan nilai *Kompas.com* yang menjadi pedoman berita bagi para pembacanya,
2. perbedaan sudut rotasi antara kedua segitiga diartikan sebagai kebebasan dalam memilih pandangan dan pendapat bagi pembaca,
3. warna oranye, hijau, dan biru merepresentasikan keberagaman pembaca *Kompas.com*.

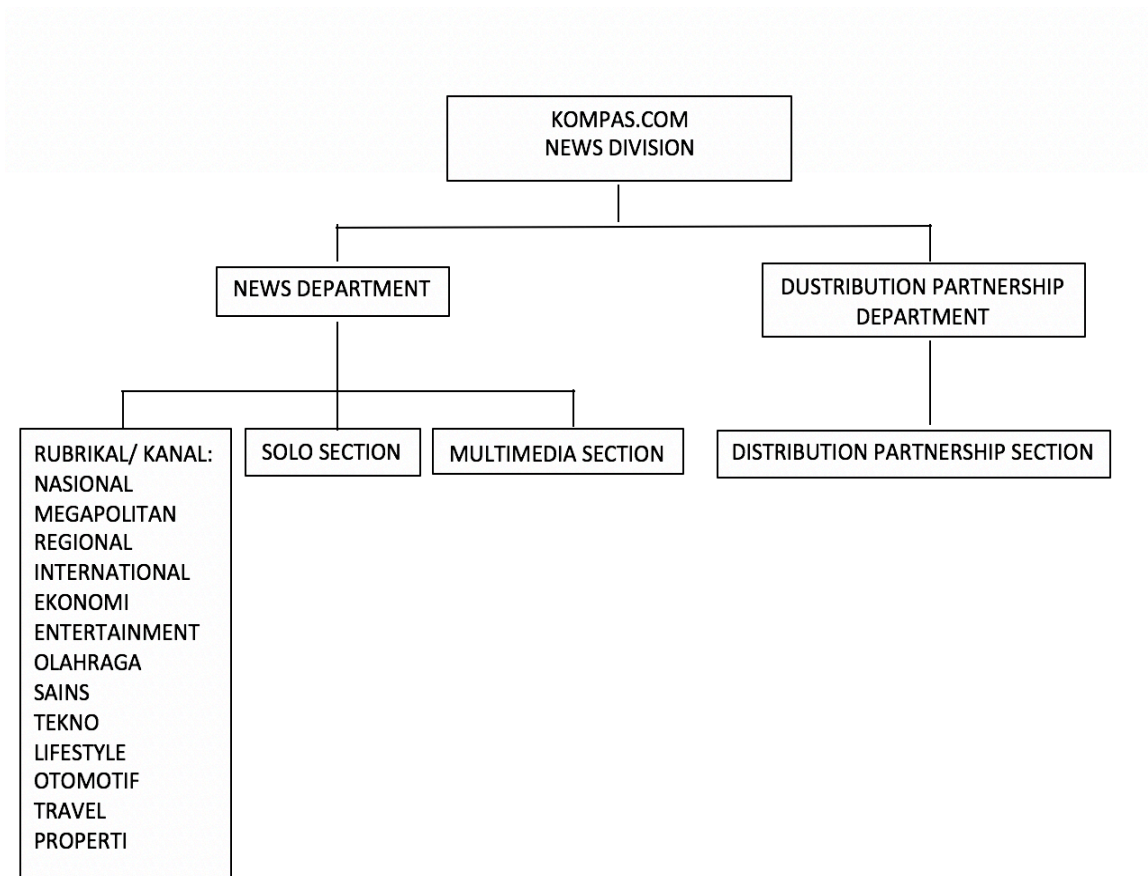
2.1.5 Struktur Organisasi Kompas.com

Gambar 2.13 Struktur Organisasi Kompas Gramedia



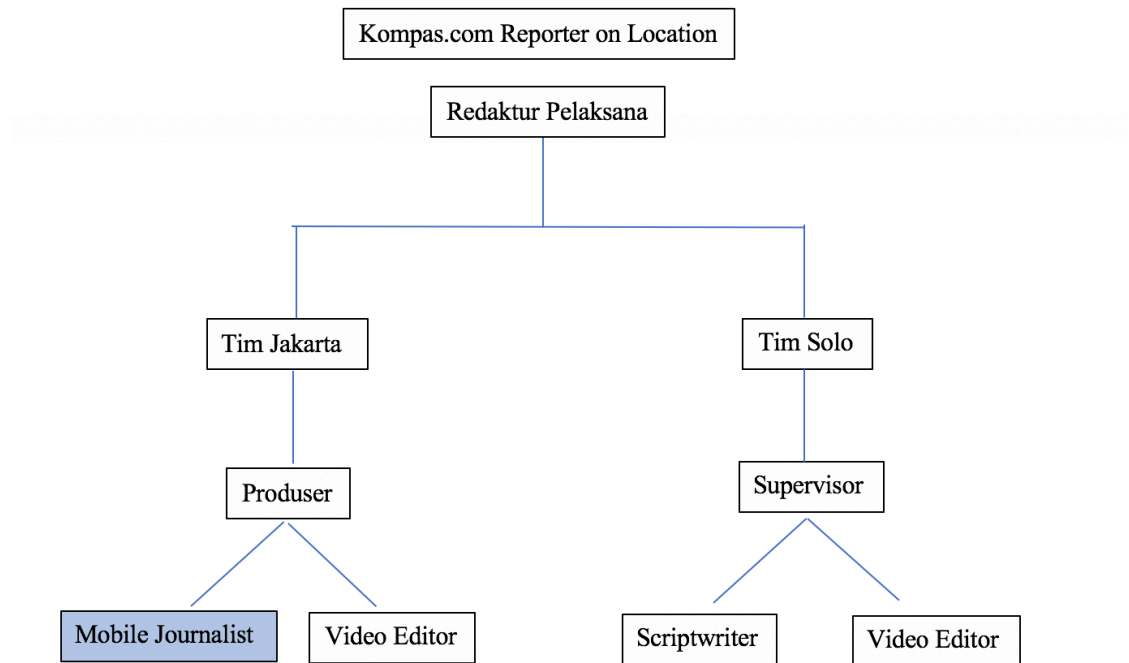
Sumber: Departemen Sumber Daya Manusia *Kompas.com* (Adelia, komunikasi pribadi, November 17, 2020)

Gambar 2.14 Struktur Organisasi *Kompas.com*



Sumber: Departemen Sumber Daya Manusia *Kompas.com* (Adelia, komunikasi pribadi, November 17, 2020)

Gambar 2.15 Struktur Organisasi *Kompas.com Reporter on Location*



Sumber: Produser *Krol* (Sherly, P., komunikasi pribadi, November 30, 2020)

2.1.6 Penghargaan *Kompas.com*

Dilansir dari laman resmi *Kompas.com*, berikut penghargaan yang pernah diraih oleh *Kompas.com*:

Tabel 2.1 Penghargaan *Kompas.com* (2010-2019)

TAHUN	PENGHARGAAN
2010	Kompas.com – WAN IRFA Silver Award – Best in Social Media
2011	Kompas.com – WAN IRFA Silver Award – Best in Social Media

2012	<i>Kompas.com – Indonesia Brand Champion Award- Brand Champion of Content Provider: Most Popular Online News Provider Brand</i>
	<i>Kompas.com Dian Award- Kementerian Pemberdayaan Perempuan & Perlindungan Anak: Media Inspirasi Perempuan Indonesia Kategori Media Online</i>
2014	<i>Kompas.com – Digital Marketing Award- Great Performing Website (Category: News Portal).</i>
2015	<i>Kompas.com – Anugerah Adinegoro dalam rangka Hari Pers Nasional</i>
	<i>Kompas.com- Hassan Wirajuda Award – Kementerian Luar Negeri RI: Terbaik Kategori A (Jurnalis/ Media).</i>
2016	<i>Kompas.com- Influential Brands – Top Brands Online News Platform</i>
	Kompas.com – Digital Marketing Awards- Great Performing Website (Category: News Site)
	Kompaskarier.com- Influential Brands- Top Brand Online Job Search
	Pijaru – Festival Film Indonesia – Pemenang Piala Citra Kategori Film Animasi Terbaik (Surat Untuk Jakarta).
	Pijaru – Hellofest Award – Best Picture (Surat Untuk Jakarta).
	Pijaru – Piala Maya – Dokumenter Pendek Terpilih (Teater Tanpa Kata: Sena Didi Mime).
2017	Kompas.com WOW Brand Award- Gold Champion (News Website Category).

	Kompas.com – Superbrands – Superbrands Special Award (Online News Category).
	Kompas.com – Anugerah Jurnalistik MH Thamrin – 3 rd place (Online Feature Category). Kompas.com – Anugerah Jurnalistik MH Thamrin – 3 rd place (Sports Feature Category).
	VIK (Visual Interaktif Kompas) – Bubu Awards v.10 - Best Website Award (News/ Entertainment Category).
	VIK (Visual Interaktif Kompas) – WAN IFRA Silver Award – Best Innovation New Product.
2018	Kompas.com – WOW Brand Award – Bronze Champion (Online News Portal)
	Kompas.com – Superbrands Indonesia (Trusted Online News)
	Kompas.com – Sertifikasi Jaringan Internasional Penguji Informasi (International Fact-Checking Network/ IFCN)
2019	Kompas.com – WOW Brand Award (News Website)
	Kompas.com – Superbrands Award (Trusted Online Media)

Sumber: Kompas.com

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Penulis melaksanakan praktik kerja magang pada divisi Multimedia *Kompas.com*. Divisi Multimedia diketahui memiliki tugas untuk memproduksi konten foto dan video, yang nantinya diunggah di media sosial seperti *Twitter*, *Instagram*, *Facebook*, dan *YouTube*. Selain itu, kedua format foto dan video dapat digunakan sebagai pelengkap artikel yang ditulis oleh divisi News di

situs web *Kompas.com*. Untuk format foto dapat langsung diletakkan di artikel. Namun, untuk format video, link media sosial tempat video tersebut diunggah akan ditautkan ke artikel di situs web. Divisi Multimedia pun dibentuk untuk tujuan:

1. memproduksi foto dan atau video untuk mendukung kelengkapan artikel pada tiap-tiap kanal atau rubrik di *Kompas.com*,
2. memproduksi foto dan atau video secara mandiri untuk ditayangkan di situs web *Kompas.com* dan beragam *platform* media sosial *Kompas.com*,
3. menayangkan foto dan atau video di situs web *Kompas.com* dan beragam *platform* media sosial *Kompas.com*.

2.2.1 *Kompas.com Reporter on Location*

Pada divisi Multimedia, penulis diterima sebagai *mobile* jurnalis di *platform YouTube*, pada kanal *Kompas.com Reporter on Location (Krol)*. *Mobile Journalism* sendiri dipahami sebagai pembuatan cerita, dengan gawai sebagai alat untuk memproses keseluruhan produksi konten (mojo-manual.org, n.d) Dengan begitu, jurnalis akan secara mandiri menyusun, menyunting, hingga memublikasikan materi video secara langsung menggunakan gawai.

Dijelaskan oleh Produser *Mobile Journalism* (Sherly, P., komunikasi pribadi, November 30, 2020), *Krol* dibentuk pada tahun 2016, sebagai salah satu bentuk produk pengembangan tahunan dari *Kompas.com*. *Krol* berjalan dengan konsep para reporter dikirim ke lapangan dan melakukan produksi video dengan gawai. Pada tahun awal terbentuknya *Krol*, materi video yang diambil tidak disunting, tetapi langsung dipublikasikan melalui kanal *YouTube Krol*. Hal ini lantaran pekerjaanya yang masih sedikit. Namun, kegiatan ini mendapat respon positif dari audiens, ditandai dengan pelanggan kanal *Krol* yang semakin meningkat.

Krol kemudian menghadapi tantangan, lantaran kala itu materi video tidak diberi logo, aset edit lainnya, dan klaim hak cipta. Sehingga, materi video orisinil *Krol* banyak diambil oleh media-media lain. Selang beberapa tahun, materi video orisinil *Krol* mulai melewati tahap penyuntingan. Hal ini didukung oleh *Kompas.com* dengan berlangganan aplikasi edit video di gawai, “*Kinemaster*”. Hal ini yang akhirnya mempermudah jurnalis untuk menyunting materi secara sederhana dan memberikan logo *Kompas.com*.

Krol mengalami perkembangan yang cukup baik. Pada Oktober 2019, dicetuskan gagasan untuk mengelola kanal *YouTube Krol* dengan lebih baik lagi. Pengelolaan *Krol* diawali oleh Sherly Puspita sebagai Produser *Mobile Journalism*, dan Laksono Hari Wiwoho sebagai Redaktur Pelaksana di *Krol*, tanpa adanya dukungan sumber daya manusia lainnya. Pemilihan isu yang akan diolah pun dipilah dengan baik, hanya memilih berita yang sifatnya sangat penting untuk segera disampaikan.

Krol kemudian semakin berkembang dan akhirnya dibentuklah tim Jakarta, terdiri dari dua *mobile* jurnalis dan satu orang video *editor*. Setelah itu, dibentuk juga tim Solo yang terdiri dari penulis naskah dan video *editor*. Tim Jakarta memiliki tugas untuk turun ke lapangan, meliput langsung sebuah peristiwa, dan kegiatan produksi setelahnya. Tak jarang tim Jakarta juga melakukan siaran langsung di *YouTube*. Semua kegiatan tim Jakarta seperti yang dijabarkan sebelumnya yakni dilakukan dengan menggunakan gawai, maka dari itu para jurnalis disebut sebagai *mobile* jurnalis. Berbeda dengan tim Solo, tim Solo fokus pada pembuatan kembali pemberitaan di situs web *Kompas.com* dalam format video. Sumber bahan suntingan pun mengambil dari apa yang dimiliki oleh *Kompas.com*.

Namun, semenjak Pandemi Covid-19 melanda Indonesia, pola bekerja tim Jakarta berangsur-angsur menyerupai tim Solo, lantaran situasi yang tidak memungkinkan untuk turun ke lapangan. Dalam

praktiknya pun, jurnalis tidak seutuhnya menggunakan gawai dalam setiap proses kegiatannya. Hal ini terlihat ketika jurnalis menyusun naskah menggunakan komputer jinjing, dan lain sebagainya.

Video berita harian di *Krol* mulanya berfungsi sebagai penunjang konten artikel di *website Kompas.com*, untuk meningkatkan *views* di situs web. Namun, kini media sosial dan situs web *Kompas.com* berfungsi untuk saling melengkapi dengan saling memberikan tautan. Setiap harinya, *Krol* mampu memproduksi 20 hingga 30 video berita, dengan isu yang diangkat tidak terbatas. Selain itu, para jurnalis juga dibebaskan untuk mengusungkan ide pengembangan konten di *Krol*. Adapaun konten-konten video di *Krol* dibagi menjadi beberapa segmen atau *playlist* di kanal *YouTube Krol*:

1. Fenomena Alam
2. Serba-serbi satwa
3. Viral
4. Info Unik Dunia
5. Tips
6. Vik Media Sosial Kepala Daerah
7. Kilas Balik
8. *Exclusive Interview*
9. Inspirasi Kompas
10. Tanya Dokter
11. Figur Kompas.com
12. Oh Begitu
13. Menyoal
14. Tutorial
15. TKP
16. Reporter Vlog
17. Drakom
18. Journalist Story
19. Kuliner

- 20. Hobi
- 21. Kompas Sport
- 22. Hoaks atau Fakta
- 23. Hype
- 24. Surat-surat Kartini
- 25. *Live Report*
- 26. Populer Sepekan
- 27. Cerita Kompas
- 28. Kompas Regional
- 29. Kulik Unik

Selain 29 segmen atau *playlist* yang telah disebutkan, terdapat penambahan segmen atau *playlist* baru ketika penulis melaksanakan praktik kerja magang di *Krol*:

- 1. *News Update*
- 2. Berita Populer
- 3. *Wrap Up*
- 4. *TikTok*